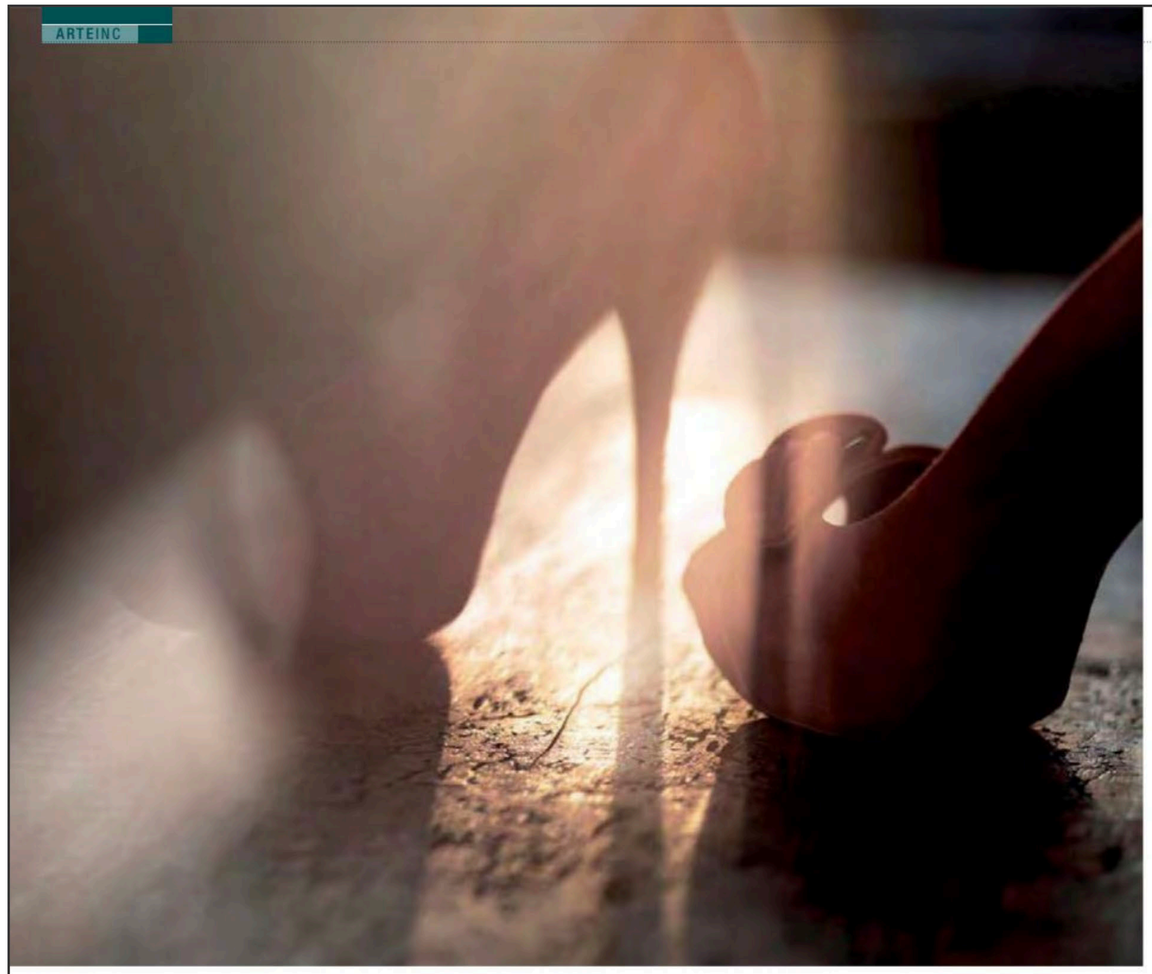

LA VIDA ES UN VIAJE

Uno de sus trabajos más aclamados lo inició en 2007, cuando fue contactado para participar en una campaña para Louis Vuitton. Desde el inicio tuvo claro que este proyecto no podía realizarse de manera convencional, pues pedía a gritos "un enfoque casi filosófico e intemporal, al mismo tiempo que la reactivación de los genes de la marca". El primer paso fue conformar un equipo de personas que pudiera imprimirle un sello audaz y original al proyecto. La idea era hacer una película que capturara la esencia de un viaje, lo que significaba "hacerlo con la cámara al hombro y un pequeño equipo, y el uso de algunas escenas esbozadas anteriormente, escribiendo y desarrollando una película a medida que avanzaba el rodaje, ¡al igual que un cuaderno de viaje de verdad!", señala Aveillan.

A medida que investigaba sobre la marca entendió que la esencia de Louis Vuitton no es exclusiva al producto terminado, sino que depende también de sus procesos de manufacturación. Por este motivo hizo un ejercicio de inmersión al corazón del sello francés y su savoir-faire, con un recorrido que comenzaba desde la materia prima, sin tratar, hasta los últimos toques de acabado. "Fue muy estimulante ver que los procesos de producción siguen existiendo, que la mano sigue siendo un elemento central", apunta.

Estéticamente se inspiró en la atmósfera inherente a cada uno de los talleres donde se fabrican los objetos, la belleza natural de los materiales y la elegancia de ciertos gestos. Sin embargo, fue un paso más allá y "quiso privilegiar un enfoque intuitivo que era más impresionista que didáctico, con el fin de recrear el ambiente característico de los talleres", tal como lo sintió la primera vez que fue invitado a conocerlos.

Aveillan aclara que trató de "mantener una visión sincrética, no solo abrigándome en la destreza de los gestos evidentes, sino también en los detalles de los aspectos menos nobles, que revelaban la belleza igual que gran parte del arte". Con esto en mente visualizó los retazos de cuero como "obras de arte, estructuras gráficas, con una caligrafía imaginativa".

El siguiente proceso fue encontrar la manera de traducir estas experiencias en imágenes. Para ello, el primer destino fue el Lejano Oriente, desde Shanghái hasta la provincia de Yunnan, en Guilin, recorriendo la Ruta de la Seda, y alcanzando Kazajistán y Mongolia. De ahí pasaron a la India, a la región de Kashmir para terminar en casa, en París.

En lugar de mostrar lo que deberíamos querer, Aveillan construye mundos que queremos descubrir, algo no tan frecuente en los comerciales.

BRUNO AVEILLAN EN 3 PREGUNTAS

¿Qué significa un viaje para usted?

Los viajes nos entretienen, a veces, pero siempre y cuando seamos receptivos y abiertos las cosas tienden a volverse más claras, y poco a poco nos hacen sentir realizados. Eso para mí es todo lo que significa un viaje.

Usted es fotógrafo y director cinematográfico. ¿Hay algún medio por el que tenga preferencia?

Continuamente el cambio de la cámara de video a la cámara fotográfica me confirma la verdadera medida en que estos dos enfoques son diferentes. Por supuesto ambas técnicas tienen en común el hecho de que se requiere la misma cantidad de composición gráfica como lo hacen con la luz. Sin embargo, al hacer una película el movimiento del sujeto se convierte en un tema importante y significativo. De esta manera, lo que podría aparecer como una foto corriente en la dimensión de un "set" de repente puede volverse mágico por un simple juego de movimiento.

Siendo algo constitutivo de su trabajo, ¿qué evoca el concepto de la luz?

Creo que es un mecanismo verdadero de liberación, no solo estética sino emocionalmente, que a menudo contribuye con la conceptualización de una imagen (o la secuencia). Un simple reflejo en el borde de una mesa puede convertirse de esta manera en un punto de partida narrativo. Cada vez utilizo más a menudo la luz para sugerir e incluso ocultar.

La formación de Aveillan como artista plástico de la Escuela de Bellas Artes de Toulouse ha marcado el estilo cinematográfico de sus producciones.